

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship of budgeting and accounting in supporting the quality of decision making in order to achieve cost efficiency of marketing at Restoran Bakmi Parahyangan Bandung. The method used is descriptive method, which is realized by analyzing and making conclusions based on a comparison between the data obtained with the relevant theory. Financial data used in this study is a data marketing budget and actual costs Restoran Bakmi Parahyangan Bandung in 2009-2013.

Based on the results of research conducted by the author in mind that budgeting and accounting is quite good, despite the inefficiency in the year 2009., But this system has been functioning quite well, because the deviations of each period showed a significant amount .

With the application of accounting adequately, then the company can better control marketing costs to be incurred, so that waste can be avoided and decision making for the allocation of marketing costs can be better targeted and relevant. In short, there is a positive relationship between budgeting and accounting to marketing cost efficiency.

Keywords: Budgeting, Accounting Accountability, Efficiency Marketing Costs, Quality Decision Making.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang kualitas pengambilan keputusan guna mencapai efisiensi biaya pemasaran pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung. Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif, yang diwujudkan dengan melakukan analisis dan membuat simpulan berdasarkan perbandingan antara data yang diperoleh dengan teori relevan. Data keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data anggaran dan realisasi biaya pemasaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung pada tahun 2009-2013.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung diketahui bahwa penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban cukup baik, walaupun terjadi inefisiensi pada tahun 2009. Tetapi sistem ini telah berfungsi dengan cukup baik, sebab penyimpangan yang terjadi dari masing-masing periode menunjukkan jumlah yang tidak signifikan.

Dengan penerapan akuntansi pertanggungjawaban secara memadai, maka perusahaan dapat lebih mengontrol biaya pemasaran yang akan dikeluarkan, sehingga pemborosan dapat dihindari dan pengambilan keputusan untuk pengalokasian biaya pemasaran dapat lebih tepat sasaran dan sesuai kebutuhan. Singkatnya, terdapat hubungan positif antara penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran.

Kata kunci: Penganggaran, Akuntansi Pertanggungjawaban, Efisiensi Biaya Pemasaran, Kualitas Pengambilan Keputusan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Anggaran.....	7
2.1.1.1 Pengertian Anggaran	7
2.1.1.2 Karakteristik Anggaran	10

2.1.1.3 Fungsi Anggaran.....	11
2.1.1.4 Jenis Anggaran.....	12
2.1.2 Akuntansi Pertanggungjawaban	13
2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban	13
2.1.2.2 Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban	20
2.1.2.3 Pusat Pertanggungjawaban.....	24
2.1.2.4 Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban.....	28
2.1.2.5 Syarat-syarat Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban.....	29
2.1.2.6 Biaya Terkendali dan Biaya Tidak Terkendali.....	33
2.1.3 Biaya Pemasaran	34
2.1.3.1.....	34
2.1.3.2 Penggolongan Biaya Pemasaran.....	35
2.1.3.3 Karakteristik Biaya Pemasaran.....	37
2.1.3.4 Anggaran Biaya Pemasaran.....	39
2.2 Rerangka Pemikiran.....	44
2.2.1 Hubungan Penganggaran dengan Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran.....	44

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian	50
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	50
3.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	50
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
3.2 Metode Penelitian	54
3.2.1 Periode Penelitian.....	54
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.4 Teknik Pengolahan Data dan Uji Analisis.....	60
3.2.4.1 Teknik Pengolahan Data.....	60
3.2.4.2 Uji Alat Analisis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung	65
4.1.1 Struktur Organisasi.....	65
4.1.2 Penyusunan Anggaran.....	67
4.1.2.1 Kebijakan Anggaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	67

4.1.2.2 Pedoman Penyusunan Anggaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	67
4.1.2.3 Prosedur Penyusunan Anggaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	68
4.1.3 Pemisahan Biaya Terkendali dan Tidak Terkendali dalam Anggaran Pemasaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	68
4.1.4 Pengklasifikasian Kode Rekening.....	75
4.1.5 Laporan Pertanggungjawaban.....	76
4.2 Efisiensi Biaya Pemasaran pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	77
4.3 Peranan Anggaran dalam Menunjang Efisiensi Biaya Pemasaran pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	80
4.4 Peranan Akuntansi Pertanggungjawaban dalam Menunjang Efisiensi Biaya Pemasaran pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran	85
5.3 Keterbatasan.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	50
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Realisasi Biaya Tenaga Kerja.....	69
Tabel 4.2 Realisasi Biaya Administrasi dan Umum.....	70
Tabel 4.3 Realisasi Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan.....	70
Tabel 4.4 Realisasi Biaya Bank.....	71
Tabel 4.5 Realisasi Premi Asuransi.....	71
Tabel 4.6 Realisasi Biaya Iklan dan Promosi.....	72
Tabel 4.7 Realisasi Biaya Sewa.....	73
Tabel 4.8 Realisasi Biaya Penyusutan	73
Tabel 4.9 Realisasi Biaya Kesehatan dan Pembinaan Pegawai.....	74
Tabel 4.10 Realisasi Biaya Pajak.....	74
Tabel 4.11 Kode Perkiraan Neraca dan Laba/Rugi Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	76
Tabel 4.12 Anggaran dan Realisasi Biaya Pemasaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Struktur Organisasi.....	50
Wawancara.....	56
Lampiran – Anggaran dan Realisasi Biaya Pemasaran.....	78